

Секція 8. МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ

*Антонів О.М.,
аспірант Львівської комерційної академії,
м. Львів, Україна*

СТАН РОЗВИТКУ ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Розвиток економіки, глобалізація і ринкова конкуренція роблять необхідним подальший розвиток вітчизняного виставково-ярмаркового бізнесу, який проходить етап свого становлення.

Виставково-ярмаркова діяльність в Україні останніми роками значно активізувалася і перетворилася на окрему галузь економіки. Характерною особливістю сучасного етапу розвитку вітчизняного виставково-ярмаркового бізнесу виступає різко виражена тенденція комерціалізації виставок – в більшості випадків їх організатори ставлять за мету лише отримання прибутку від проведення виставково-ярмаркових заходів. На нашу думку, темпи зміни кількості підприємств виставково-ярмаркової діяльності за досліджуваний період характеризуються значними коливаннями, що пов'язано з приходом на ринок нових компаній і виходом з нього невеликих і непрофесійних організаторів виставок, які не витримали жорсткої конкуренції, а також кризовою ситуацією в країні. Аналізуючи статистичні дані протягом останніх років, найбільша активність на ринку виставково-ярмаркових послуг спостерігалася у 2008 р. У цьому періоді прозвітувало про свою діяльність 127 організаторів виставок і 17 виставкових центрів, що є найвищими показниками за останні роки. Ця динаміка представлена у вигляді діаграми на рис. 1.

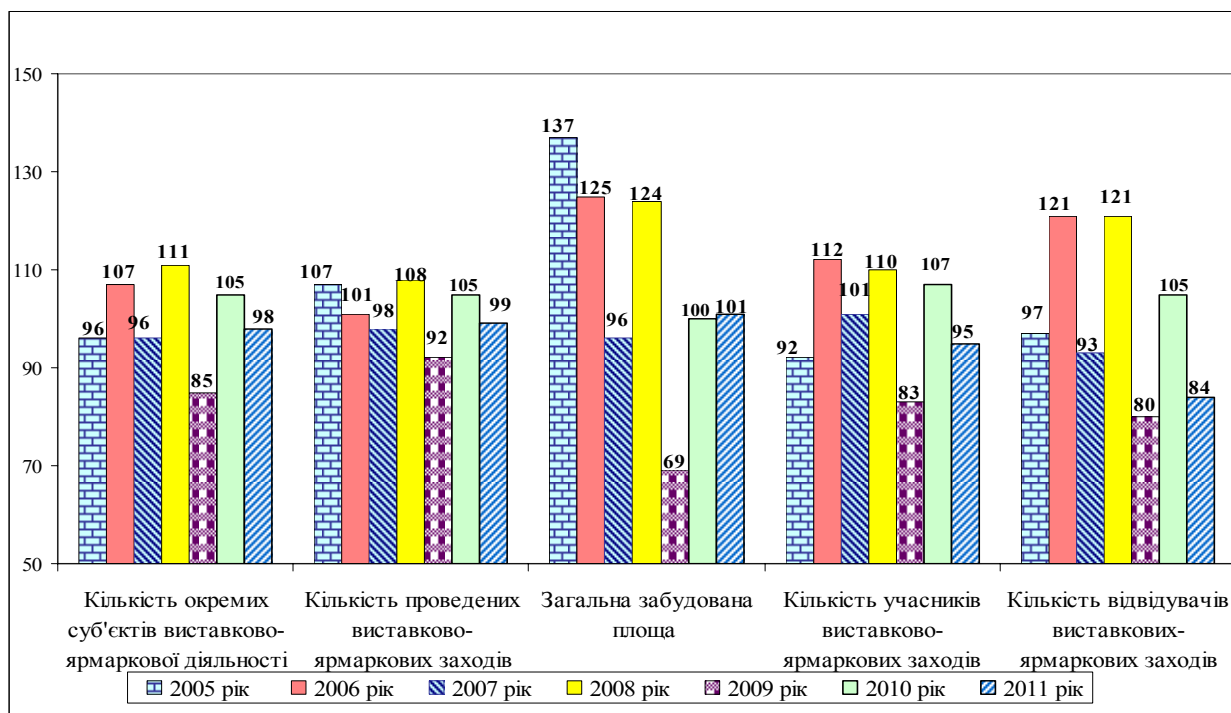


Рис. 1. Динаміка основних показників виставково-ярмаркової діяльності (у % порівнянні з попереднім роком) [1]

Зважаючи на фінансово-економічну кризу у 2009 р. суб'єктів виставково-ярмаркової діяльності, в порівнянні з попередніми роками стало значно менше. Деяким виставковим компаніям довелось припинити своє існування, а відповідно, ці обставини створили сприятливе середовище для тих компаній, що залишилися, вивільнивши простір для розвитку їх діяльності. Важливим є те, що загальна кількість учасників і відвідувачів також має тенденцію до зниження, що може вказувати на зменшення популярності виставково-ярмаркових заходів як ефективної комунікаційної площадки між виробником і покупцем.

Вважаємо за доцільне зауважити, що починаючи з 2010 р., відбулося незначне зростання основних показників виставково-ярмаркової діяльності. Це дає змогу стверджувати, що позитивна тенденція відновлюється, і свідчить про поступовий вихід підприємств із кризового стану. Зазначимо, що економічний спад вплинув на виставково-ярмаркову діяльність нерівномірно. Менше постраждали великі за масштабом міжнародні та національні виставково-ярмаркові заходи: їх обсяги скоротились в цілому на 25-50% залежно від галузі, а стосовно відвідувачів, то їх кількість скоротилась незначно. У той же час невеликі за обсягом реалізованих послуг, кількістю учасників та відвідувачів зменшилися в 5-8 разів і практично повністю втратили аудиторію відвідувачів. Доцільно відзначити, що найбільш активними центрами виставково-ярмаркової діяльності є Київ, Донецьк, Львів, Дніпропетровськ, Одеса, Харків. Основні організатори виставково-ярмаркових заходів в Києві: «Міжнародний виставковий центр», Експоцентр України, «Примус Україна», «Київський міжнародний контрактний ярмарок», «Євроіндекс», Торгово-промислова палата України, «Прем'єр-Експо», «Зовнішекспобізнес», «Акко Інтернешнл». Основні регіональні організатори: «ЕкспоДонбас» у Донецьку, Експоцентр «Метеор» у Дніпропетровську, «Гал-Експо» у Львові, «К.І.» у Харкові, «Центр виставкових технологій» і «Суднопластво Медіа Центр» в Одесі. Найпопулярнішими тематиками виставково-ярмаркових заходів 2011 року (як і останніх років) були будівництво, продукти харчування, меблі, автомобілі, промислові технології.

Виставково-ярмаркові заходи регіонального масштабу проводять практично усі обласні ТПП, але не на однаковому рівні. На сьогоднішній день найбільш серйозними гравцями на ринку виставково-ярмаркових послуг серед Торгово-промислових палат є Київська, Запорізька, Львівська, Вінницька, Чернівецька та Хмельницька. Найпоширенішими темами виставково-ярмаркових заходів, що організуються в регіонах, є: дача, сад, город; одяг, взуття; продукти харчування; будівництво та меблі; подарунки до свят і т.ін. Проте, на більш професійніші виставково-ярмаркові заходи спромоглися лише деякі ТПП. Вважаємо за доцільне проаналізувати сучасну структуру виставково-ярмаркової діяльності в Україні за тематичними напрямками (рис. 2), яка демонструє провідну роль ярмарків товарів повсякденного попиту, а також одягу, взуття тощо. Така ситуація свідчить про переважну орієнтацію виставково-ярмаркових заходів на широкі кола споживачів, а не на фахову аудиторію. Відповідно, головними завданнями більшості таких заходів є безпосередній продаж товарів.

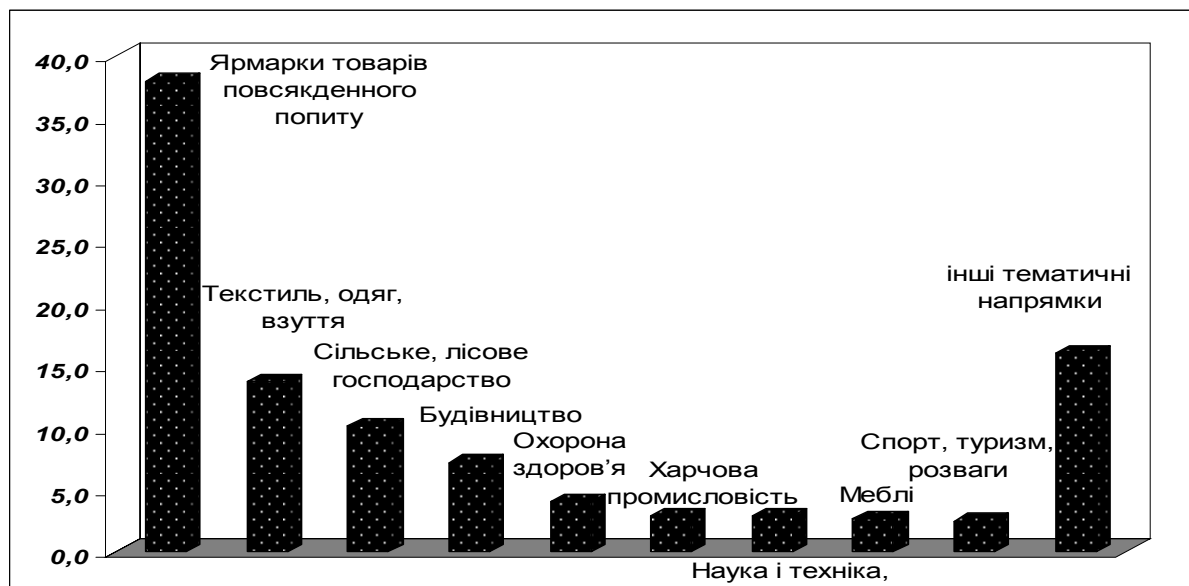


Рис. 2. Структура виставково-ярмаркової діяльності в Україні за тематичними напрямками у 2011 році [складено автором за даними 1]

Однак, слід відмітити, що характерною є незначна кількість виставково-ярмаркових заходів за участю підприємств важкої промисловості – металургійної, суднобудівельної, хімічної та нафтової, що, як відомо, є важливим для розвитку економіки окремих регіонів та країні у

цілому. Таким чином, стан розвитку виставково-ярмаркової діяльності поступово відновлюється, однак ще стримується низкою чинників правового та управлінського характеру та негативними тенденціями після кризового періоду. Для покращення ефективного розвитку цієї сфери слід підвищувати роль та рівень якості виставково-ярмаркових заходів у підприємницькій діяльності, як ефективного інструментарію маркетингових комунікацій. Також, вважаємо за необхідне, поглиблювати міжнародну співпрацю на ринку виставково-ярмаркових послуг.

Література: 1. Виставкова діяльність в Україні: статистичний бюлетень; [за ред. І. В. Калачевої].-К.: Держкомстат України, 2011, с.

Біла О.С.,
студентка 5 курсу Державного ВНЗ «НГУ»,
м. Дніпропетровськ, Україна

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Організації є конкретним середовищем, у якому здійснюється інноваційний процес від народження ідеї до її реалізації. До таких організацій належать об'єкти різної форми власності, різної величини за масштабами виробництва, що мають майнову відокремленість, організаційну єдність, самостійну майнову відповідальність і виступають суб'єктами всіх наданих їм прав та обов'язків, діючи на основі статуту чи договору. Організація з інноваційною діяльністю є відкритою науково-виробничою системою, якій притаманні всі ознаки систем, а саме: цілеспрямованість, єдність, взаємозалежність і взаємозумовленість усіх елементів; відносна стійкість і впорядкованість; неперервність розвитку, складність, подільність, імовірнісний характер результату інноваційного процесу, оскільки поведінка економічних систем до певної міри невизначена, адже прогнозування чинників зовнішнього середовища не детерміноване. На рис. 1 показана організація (підприємство) як відкрита виробничо-інноваційна система. Трансформація зовнішнього середовища безперервно «збагачує» ґрунт для інновацій, зумовлює нові науково-технічні рішення щодо задоволення поточних і нових потреб, які постійно виникають.

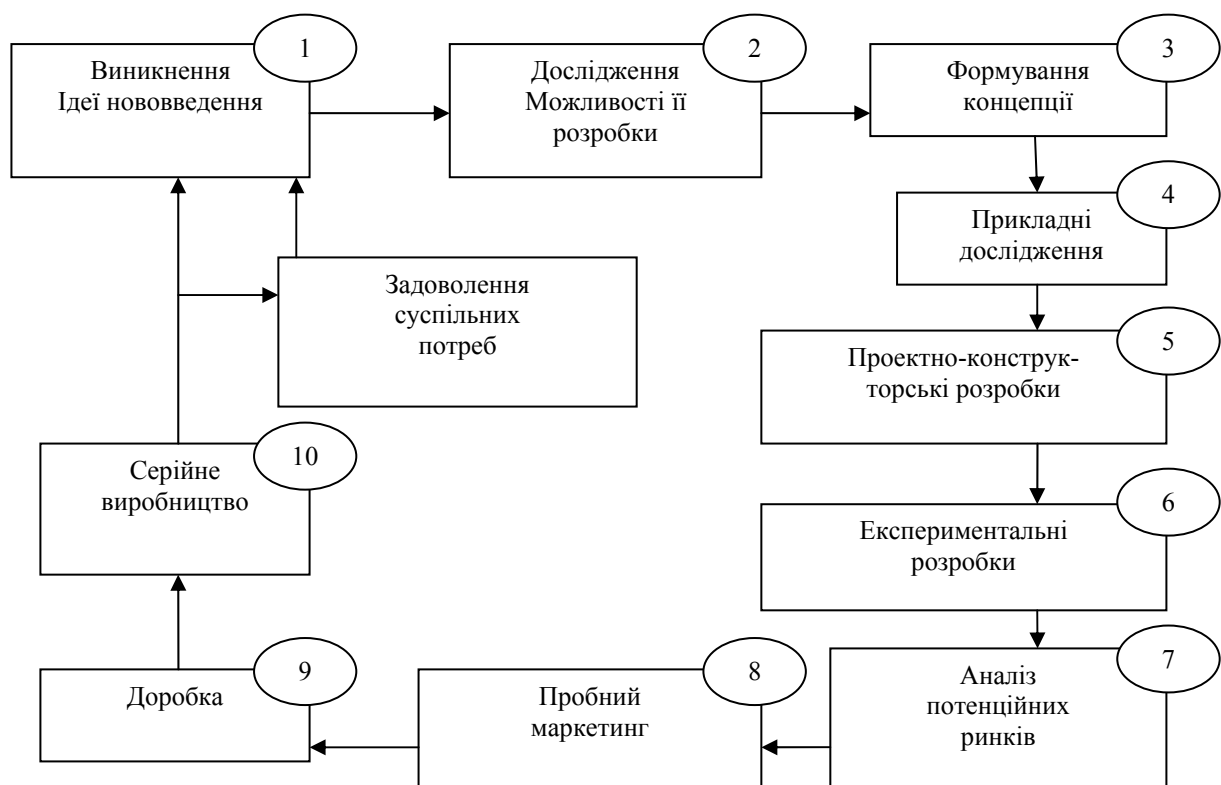


Рис. 1 Підприємство як відкрита виробничо-інноваційна система